

МИРОВЫЕ ВОЙНЫ В ИСТОРИИ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

*к 100-летию начала Первой
и 75-летию начала Второй
мировых войн*

1914-1918

1939-1945



МИРОВЫЕ ВОЙНЫ В ИСТОРИИ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

(к 100-летию начала Первой
и 75-летию начала Второй мировых войн)

Монография

Киев
Ника-Центр
2016

УДК 94(100)"1914/19"+94(100)"1939/45"

ББК 63.3(0)53:63.3(0)62

М64

Рецензенты:

Виднянский С.В., член-корреспондент НАН Украины, д-р ист. наук, проф., заведующий отделом истории международных отношений и внешней политики Украины;

Венгер Н.В., д-р ист. наук, проф., заведующая кафедрой всеобщей истории Днепрпетровского национального университета имени Олеса Гончара.

Научная редакция д-ра ист. наук, проф. *С.С.Трояна*

Мировые войны в истории человечества (к 100-летию М64 начала Первой и 75-летию начала Второй мировых войн) : монография / [Троян С.С., Головкин Н.Л., Фисанов В.П. и др.] ; науч. ред. С.С. Троян. – К. : Ника-Центр, 2016. – 256 с.

ISBN 978-966-521-675-9

Коллективная монография посвящена 100-летию начала Первой и 75-летию начала Второй мировых войн и охватывает широкий круг актуальных проблем двух глобальных конфликтов XX в. Материалы научных исследований объединены в три содержательных блока. Первый посвящен предпосылкам, истории и последствиям Великой войны 1914–1918 гг., второй – отдельным аспектам межвоенного периода, а третий – украинской проблематике периода Второй мировой войны. В частности, проанализированы информационные процессы на территории Украины в 1939–1945 гг., идеология и практика украинского националистического движения, а также сложная палитра украинско-польских отношений в 1943–1945 гг.

Монография предназначена для историков, международников, политологов, социологов, учителей и студентов, всех, кто интересуется вопросами Первой и Второй мировых войн и межвоенного периода.

УДК 94(100)"1914/19"+94(100)"1939/45"

ББК 63.3(0)53:63.3(0)62

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

Глобальные конфликты в истории XX века (к 100-летию начала Первой и 75-летию начала Второй мировых войн) (<i>Сергей Троян</i>).....	3
---	---

ПЕРВАЯ МИРОВАЯ ВОЙНА

На пути к Великой войне: политика Великобритании в Африке на рубеже XIX–XX веков (<i>Юрий Бураков, Лилия Питлёваная</i>)	20
Германия на пути к Великой войне: Миттельевропа крупного капитала и либеральных империалистов (<i>Сергей Троян</i>)	40
«Немецкий вопрос» и российское общество в годы Первой мировой войны (<i>Светлана Бобылева</i>).....	56
Эволюция образа России в карикатуре британского журнала «Панч» во время Первой мировой войны: «Чужой среди своих» – «чужой» (<i>Лилия Питлёваная</i>)	76
Беженство Первой мировой войны: украинские акценты (<i>Любовь Жванко</i>).....	110
Геополитическое «наступление» на монархию Габсбургов: противоборство держав Антанты и кайзеровской Германии в годы Первой мировой войны (<i>Владимир Фисанов</i>)	129

МЕЖВОЕННЫЙ ПЕРИОД

Об эволюции общественно-политического строя государств Центральной и Восточной Европы в межвоенный период (<i>Александр Сыч</i>).....	150
Когнитивный диссонанс культурной парадигмы в условиях утверждения тоталитаризма в СССР (1920–1930-е годы) (<i>Алла Киридон</i>)	166
Аншлюс Австрии, оккупация Судет, сентябрьский сговор 1938 года: будет ли «Мюнхен-2014»? (Украина в энергетическом эллипсе и борьба России за современный передел мира) (<i>Глеб Тополин</i>).....	180

ВТОРАЯ МИРОВАЯ ВОЙНА

Тенденции развития информационной политики нацистской Германии накануне и в начале Второй мировой войны (1939–1945 гг.) (<i>Оксана Салата</i>).....	192
Идеология и практика националистического движения Украины в годы Второй мировой войны: анализ трансформации (<i>Николай Головкин</i>).....	212
Авторский коллектив	250
Именной указатель.....	251

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ТРОЯН Сергій Станіславович, ГОЛОВКО Микола Леонтійович,
ФІСАНОВ Володимир Петрович та ін.

СВІТОВІ ВІЙНИ В ІСТОРІЇ ЛЮДСТВА

(до 100-річчя початку Першої і 75-річчя початку Другої світових воєн)

Монографія

(Російською мовою)

Науковий редактор С.С. Троян

Редактор О. Попова. Коректор О. Петренко.

Оригінал-макет О. Гашенко. Обкладинка Д. Шевчука.

Підписано до друку 9.12.2015. Формат 60х84/16. Папір офсетний.

Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 14,88. Зам. № 544.

ТОВ НВП «Ніка-Центр». 03680, Київ, вул. Кржижановського, 4
т./ф. (044) 39-011-39; e-mail: psyhea9@gmail.com; www.nika-centre.kiev.ua

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК №1399 від 18.06.2003

Віддруковано у ТОВ «Друкарня «Рута». Кам'янець-Подільський, вул. Князів Коріатовичів, 11

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК №4060 від 29.04.2011

Колективна монографія присвячена 100-річчю початку Першої і 75-річчю початку Другої світових воєн і охоплює широке коло актуальних проблем двох глобальних конфліктів ХХ ст. Матеріали наукових досліджень об'єднані у три змістовних блоки. Перший присвячений передумовам, історії та наслідкам Великої війни 1914–1918 рр., другий – окремим аспектам міжвоєнного періоду, а третій – українській проблематиці періоду Другої світової війни. Зокрема, проаналізовано інформаційні процеси на території України у 1939–1945 рр., ідеологія та практика українського націоналістичного руху, а також складна палітра українсько-польських відносин у 1943–1945 рр.

Тенденции развития информационной политики нацистской Германии накануне и в начале Второй мировой войны (1939–1945 гг.)

Вторая мировая война стала важным событием XX в. Ее последствия привели как граждан СССР, так и граждан других стран мира к переосмыслению целого ряда общечеловеческих ценностей и ориентиров. Отдельные народы и государства понесли катастрофические человеческие и материальные потери, мир в целом столкнулся с важнейшей проблемой переосмысления причин, итогов и последствий глобального военного столкновения 1939–1945 гг., поэтому интерес общественности и ученых к этому ключевому событию прошлого века с каждым годом растет. Диапазон тем по исследованию этого периода является наиболее широким в современной исторической науке. Отдельные аспекты событий стали объектом оживленной дискуссии в отечественной и зарубежной историографии. Одним из важных вопросов военного противостояния СССР и Германии является информационная политика нацистской Германии, которая стала настоящим оружием в руках тоталитарного руководства против собственного населения и против человечества в целом.

Технологии информационной войны против собственного населения и населения страны, против которой ведется вооруженная агрессия, сегодня как никогда актуальны. Особенно тщательного изучения требует влияние информационной политики как на население страны – инициатора этой войны, так и на мировую общественность.

В историографии 60–80-х годов XX в. вопросы информационного воздействия на население Германии и жителей оккупированных нацистской армией территорий практически не изучались. Это обусловлено тем, что такие понятия, как «информационные технологии», «немецкое информационное пространство», а также средства и механизмы формирования информационного пространства, учеными не исследовались. В то же время в СССР механизмы и средства воздей-

ствия на население в совершенстве изучались специалистами специальных служб и управлений. Историками же исследовались преимущественно проблемы идеологической пропаганды среди населения с приоритетным направлением – «Коммунистическая партия – гегемон и организатор социалистической жизни и борьбы против врага», частично – методы, механизмы агитации и пропаганды, в частности, когда речь шла о нацистском руководстве и немецком оккупационном режиме.

Отдельные аспекты информационной политики нацистской Германии накануне и в период советско-немецкой войны стали предметом исследования европейских и американских историков уже в конце 1950-х – 1960-х годах. Это были работы, главная тема изучения которых – психологическое воздействие нацистской пропаганды на население Германии. Среди них труды таких известных исследователей, как Р. Коел [25], Г. Ферстерч [20], Д. Армстронг [1]. Ценность этих трудов заключается в освещении процесса создания в 1933–1945 гг. в Германии Национал-социалистической партии, беспрецедентной в мировой истории системы государственного манипулирования массами, и полностью подконтрольного фашистскому руководству информационного пространства. Соответственно, особое внимание было уделено раскрытию процесса подготовки Германии к нападению на Советский Союз, в частности, формирование средств ведения информационно-психологической войны против Красной Армии и гражданского населения СССР. По мнению историков, нацистская пропаганда должна была ослабить боевой дух красноармейцев, способствовать дезорганизации советского тыла и обеспечить покорность и работу местного населения. Чтобы реализовать такие планы, нацистской Германии необходимо было разрушить прежние мировоззренческие установки советских граждан и сформировать новые стереотипы и представления. В этом контексте идеология германского фашизма и его идейные истоки рассматривались в монографии А. Галкина «Германский фашизм», в которой показано воплощение национал-социалистической идеологии в информационной политике нацистской Германии. Автор раскрывает сущность пропагандистской деятельности Национал-социалистической партии в Германии и ее планы в отношении оккупированных территорий СССР, анализирует социально-психологические основы и социалистический компонент в системе гитлеровской идеологии [3].

В 70–90-х годах XX в. тема нацистской пропаганды в контексте общей политики Третьего рейха раскрывается в исследованиях

М. Балфора [23], В. Випермана [27], Н. Мюллера [12] и других историков. Ученые в своих исследованиях освещают пропагандистскую деятельность Министерства восточных оккупированных территорий и вермахта на оккупированных территориях СССР, пропаганду, направленную на страны Западной и Восточной Европы. В частности, Мюллер в своих трудах определил роль вермахта и его руководящих органов в осуществлении нацистской оккупации на советской территории, раскрыл причины срыва планов немецкой оккупационной администрации и, как следствие, – крах оккупационного режима.

Современные историки и политологи дали точное представление о понятиях «информационная политика» и «информационное противостояние». Эта проблематика стала предметом внимания таких известных российских ученых, как И. Панарина [13], А. Гогун [6]. Они исследуют информационное пространство как единую сложную структуру, в которой инструменты и механизмы действуют и влияют на человека и общество. К сожалению, их работы посвящены информационному влиянию и противостоянию в целом. Тема Второй мировой войны лишь упоминается как пример, но это дает импульс к новым исследованиям, именно по проблемам Второй мировой и советско-немецкой войны.

Исходя из вышесказанного, задачей нашего исследования является раскрытие тенденций и основных направлений развития информационной политики в Германии накануне и во время Второй мировой войны.

В результате Первой мировой войны и мирового экономического кризиса немецкий народ, как и другие народы, искал выход из этой тяжелой ситуации. Поэтому идеи Национал-социалистической партии казались довольно привлекательными в повоенной Веймарской Германии. Не остались в стороне и националистические круги немецкого общества, которые обвиняли молодых демократов в поражении в Первой мировой войне. Получив доступ к властным структурам, национал-социалистическая верхушка начала создавать министерский аппарат. В апреле 1933 г. Геббельс и Геринг стали руководителями новых министерств пропаганды и авиации соответственно. Под контролем национал-социалистов оказался полицейский аппарат. Началась перестройка духовной и общественной жизни в соответствии с национал-социалистическими идеями. Была установлена жесткая цензура, которая четко следила за появлением различных идейных течений. Как и советский народ, немцы были полностью изолированы от внешнего мира. Бесспорным и незаменимым механизмом в

распространении национал-социалистических идей стали средства массовой информации.

Основное внимание нацистского руководства в Германии уделялось формированию информационного пространства, которое должно было психологически воздействовать на общество и развиваться, соответственно, в русле ведущей идеологии.

Министерство народного просвещения и пропаганды, которое возглавил Йозеф Геббельс, объединило существующие пропагандистские организации Рейха, став фактически монополистом в сфере информационно-пропагандистской деятельности. Его целью была консолидация действий по ведению пропаганды, а также воздействию на население Германии с помощью газет, радио, театра, кино. Согласно правительственному декрету от 30 июня 1933 г. в ведение министерства передавалась общая политическая пропаганда, высшая политическая школа, праздники, пресса, радио, книгопечатание, изобразительное искусство, музыка, театр, кино, контроль за моральным состоянием общества [26, 181].

С началом Второй мировой войны внутри страны вся пропаганда отдавалась в ведение Министерства народного просвещения и пропаганды. В Министерстве были собраны лучшие пропагандистские кадры нацистов. Его ядро в 1933 г. составляли бывшие сотрудники управления пропаганды НСДА. Каждый десятый из них имел золотой партийный значок. Большинство сотрудников принадлежали к верхнему слою среднего класса, половина – имели университетские дипломы [24, 152].

Отдел пропаганды всегда был важнейшим звеном в деятельности министерства. Это структурное подразделение занималось средствами пропаганды, распространением нацистского мировоззрения среди населения, вопросами проведения съездов и унифицированной пропагандистской кампанией на всей территории Германии. Осуществление политики министерства на местах возлагалось на имперские отделы пропаганды. Состав руководства насчитывал более тысячи человек. В аппарате работало подавляющее большинство старых членов нацистской партии. В отделах министерства были специалисты из разных отраслей.

Радио становилось одним из важнейших инструментов пропаганды. Это определило его значимость – под контролем министерства пропаганды находилось все немецкое радиовещание. Вновь созданный информационный центр и отдел радио формировал политику в области радиовещания и осуществлял надзор за ее выполнением.

Под тотальным контролем министерства пропаганды находилась немецкая радиовещательная корпорация и 26 млн радиослушателей, что составляло 40% населения страны. Было несколько радиостанций (Мюнхен, Кенигсберг, Лейпциг, Дрезден, Гамбург), которые вели вещание на европейские страны, главным образом для немецких рабочих – «фольксдойче».

О том, какое место занимало немецкое радио в информационной политике Третьего рейха и какие задачи перед ним ставились, свидетельствуют слова Й. Геббельса. В 1933 г. он четко определил новые приоритеты этой политики: «То, чем пресса была для девятнадцатого века, радио стало для двадцатого». А открывая X Всегерманскую выставку средств радиовещания, министр пропаганды говорил о радио как о «первом и влиятельном посреднике между движением и нацией, между идеей и человеком. Нам нужно радио, которое шагает вместе с нацией, радио, которое работает для людей» [4, с. 231].

Под контролем министерства находилась вся немецкая пресса. Деятельность средств массовой информации была полностью подчинена идеологическим принципам НСДАП, что позволило создать эффективный аппарат тотальной пропаганды национал-социалистической идеологии и обеспечить поддержку агрессивного внешнеполитического курса нацистской Германии со стороны большинства немецкого населения. Таким образом, восхождение национал-социалистов к политической власти и весь период существования Третьего рейха сопровождалось интенсивной пропагандистской кампанией, которой руководил министр народного просвещения и пропаганды Йозеф Геббельс. Он подчинил своей власти все сферы идеологического воздействия на сознание масс – прессу, радиовещание, литературу, музыку, кинематографию, театр, изобразительное искусство, коммерческую деятельность, туризм. Под его руководством работало около тысячи официальных пропагандистов [10].

Монопольное положение по изданию газет перешло в руки нацистской партии. В 1934 г. в общем количестве газет, издававшихся в Германии, периодические издания НСДАП составляли 2,6%, а их тираж насчитывал 7,5% общего тиража немецких газет. За 10 лет количество нацистских газет возросло до 36%, а их тираж – до 82,5% общегерманского тиража. Официальный орган нацистской партии газета «Völkischer Beobachter» в конце 1930-х годов выходила в печать в берлинском, мюнхенском и венском изданиях [14, с. 155].

Немецкий историк И. Фест так говорил о нацистской политике в сфере информации: «Большое количество местных изданий были

устранены с помощью экономического давления или борьбы за тех, кто их подписывает, были применены все средства, которыми владело государство; другие были конфискованы, только некоторые из ведущих газет, которые предлагали использование своего имиджа, были резко уменьшены, но продолжали работать. Вместе с тем Геббельс хотел смягчить и скрыть государственную монополию на журналистское мнение. Печать, как и вообще культура, в соответствии с провозглашенным им лозунгом должна была быть «единая в свободе и многообразна в выражениях воли» [21, с. 330–331].

Министерством народного образования и пропаганды был создан большой разветвленный аппарат в целях подготовки и проведения различных агитационных акций, которые бы влияли и на другие государства. В своей агитационной и дезинформационной деятельности Национал-социалистическая партия использовала различные пропагандистские приемы и средства: ложь, маскировку открытой дезинформации, внезапность и др. Давая наставления своим подчиненным, Геббельс подчеркивал, что можно расстреливать противника из пулеметов до тех пор, пока он не признает преимущества того, кто располагает этими пулеметами. Это наиболее простой путь. Но нацию можно изменить и путем революции духа, и тем самым не уничтожить противника, а привлечь на свою сторону. Он утверждал, что национал-социалисты шли этим путем и будут идти [2].

Нацистская пропаганда сыграла огромную роль в убеждении немецкого населения в том, что только война решит все политические и экономические проблемы, возникшие в результате Первой мировой войны. Гитлер широко использовал свою способность активизировать большие массы людей и влиять на их психическое состояние. Он требовал проводить политические митинги только вечером, когда психические и физические возможности человека ослаблены. Он «размывал» психику людей, делал ее более восприимчивой, а затем концентрировал ее на ограниченном числе лозунгов, повторяя их бесконечно, везде и постоянно:

- 1) уничтожение марксизма;
- 2) разрыв Версальского договора;
- 3) завоевание России;
- 4) гарантия «социальной безопасности» внутри страны;
- 5) восстановление «национального престижа» Германии и всех немцев [29].

Эти главные лозунги повторялись на всех языках в статьях, перед большой аудиторией, со всех трибун и страниц газет.

Одной из важных задач, которую ставило перед собой Министерство народного просвещения и пропаганды Германии, было распространение материалов на немецком языке и их изучение как в самой Германии, так и за ее пределами, особенно на территориях, захваченных войсками Третьего рейха. Из доклада профессора, доктора Цидклера видим, что руководство фашистской Германии понимало, что от распространения немецкого языка и знания его населением европейских стран зависит эффективность немецкой пропаганды. Были намечены также практические задачи, которые уже реализовались в этом направлении. Среди них:

- 1) распространение немецкого языка за рубежом;
- 2) изучение немецкого языка иностранными рабочими, которые сотнями тысяч прибывают в Германию;
- 3) введение немецкого языка в новообразованных областях на захваченных территориях [18, с. 26].

Еще одним важным государственным учреждением, которое контролировало информационно-идеологическое пространство, стало Министерство науки, воспитания и народного образования, созданное 30 апреля 1934 г. Сферой его деятельности была организация высшего, среднего и среднего специального образования в Германии. Основной базой для его формирования послужило аналогичное министерство в Пруссии, существовавшее ранее. В подчинение МНВНО были переданы средние и высшие (ранее в ведении земель) учебные заведения. Министр назначал ректоров и деканов университетов, руководителей студенческих организаций, а также руководство Национал-социалистического союза доцентов Германии.

Первые шаги политики Министерства науки, воспитания и народного образования проявились при вводе идеологического компонента в школьный курс. Одной из главных задач образования было воспитание молодого человека, который бы четко осознавал идеи национал-социализма. В этом контексте Гитлер выделил две главные цели общеобразовательной немецкой школы: зажечь огонь в сердцах молодежи и внедрить в ее сознании понятие «раса». Немецкая молодежь должна быть готова к войне, обученной, чтобы победить или умереть. Таким образом, сформировать новых граждан, которые понимали бы, в чем состоит слава страны, и были бы фанатично преданными национальной идее [9, с. 147].

Во всех школах и высших учебных заведениях Германии были уволены преподаватели-евреи. До 1938 г. ежегодно две трети учителей учебных классов проходили «идеологическую обработку» в палаточ-

ных лагерях за городом на профессиональных месячных курсах с лекциями, семинарами и зачетом по строевой подготовке. К работе допускали учителей только тогда, когда у руководства школы не было никаких сомнений в их компетентности и благонадежности. Преобразования не обошли и университеты. Университетское самоуправление, которое сложилось традиционно, было отменено. Теперь вся власть в университетах была передана непосредственно ректорам, которых назначало правительство. Профессорам и доцентам навязывались новые дисциплины, которые они должны были читать [9, с. 148].

«Отдел пропаганды национал-социалистической партии в данный момент является самым влиятельным. На него возлагаются большие надежды в деле пропаганды идей национал-социализма. Для организации деятельности отдела необходимо подобрать людей, преданных в первую очередь идеям национал-социализма и Германии» [5, с. 49–650]. Эти слова Адольфа Гитлера из книги «Моя борьба» свидетельствуют о том, что он уделял огромное внимание пропаганде, с помощью которой можно было распространять идеалы национал-социализма и создать такое информационное пространство, благодаря которому и будут осуществлены все задуманные идеологами захватнические планы. Именно поэтому главной задачей министерства было внедрение в массы нацистских идей через изобразительное искусство, музыку, театр, кино, книги, радио, учебные пособия и прессу.

Отныне пропаганда нацистов велась в условиях непрерывного террора по отношению к политическим противникам. Санкционированные государством репрессии и преследование оппозиции (как, например, разгром КПГ в течение предвыборной недели 28 февраля – 5 марта 1933 г.) позволяли более эффективно манипулировать общественным мнением. Возможно, именно поэтому стратегия запугивания рассматривалась нацистами как составная часть пропагандистской работы [6, с. 168]. По мнению современника Геббельса О. Хадамовски: «Пропаганда и дифференцированное применение силы должны дополнять друг друга в особо продуманной форме. Они никогда не являются абсолютными противоположностями. Применение силы может быть частью пропаганды» [6, с. 22].

Важным аспектом, который повлиял на развитие системы нацистской пропаганды в 1933 г., стало последовательное завоевание гитлеровским режимом права на освещение событий в средствах массовой информации. В течение первого года управления Германией нацисты сосредоточили в своих руках руководство радиовещанием и прессой, практически уничтожили печатные издания других политических сил.

Таким образом, было создано особое информационное пространство, которое позволило гитлеровскому руководству беспрепятственно, не боясь любой политической конкуренции, формировать общественное мнение среди немецких граждан.

С началом военных действий на немецко-советском фронте в Германии усиливается антикоммунистическая и антиеврейская пропаганда. Несмотря на то что еврейские издания, которые еще остались в Германии, демонстрировали лояльность к нацистской власти, нацистское руководство закрыло все их типографии [17, с. 3].

На начальном этапе своего правления гитлеровские идеологи, чтобы склонить на свою сторону не только средний класс, но и крупную буржуазию и профессиональное чиновничество, пытались завуалировать истинные цели, прикрываясь традиционными буржуазными ценностями. Так, несмотря на то что одной из основных черт нацистской идеологии было антихристианство, Гитлер объявил христианство «базисом общественной морали» [29, с. 18]. Национализм изображался как движение за возрождение немецкой национальной идеи, отмечалось, что он подобрал в себя лучшие прусские традиции и генерирует из них новые морально-психологические установки в обществе. Гитлер ставил себя в один ряд с такими известными немецкими государственными деятелями, как Фридрих Великий, Бисмарк и Гинденбург [27, с. 276].

Понимая, что рабочие – это основная движущая сила для осуществления гитлеровских планов, руководство страны начало кампанию, направленную на идеологически-психологическую обработку этой части немецкого общества и на улучшение социального положения и повышение статуса рабочих [30, с. 126].

Поскольку Германия в этот период переживала тяжелый экономический кризис, на государственном уровне была развернута широкая программа благотворительности, которая создавала иллюзию гуманной социальной политики нацистского государства. Руководство НСДАП пыталось использовать тяжелое экономическое положение в стране и материальные проблемы большей части населения для активного пропагандистского воздействия на различные, а особенно средние слои, которые были весьма уязвимы к фашистской пропаганде. На них очень сильно повлияли последствия войны и послевоенной инфляции, в результате чего многие фактически остались без средств к существованию. К тому же семена фашистской пропаганды, которая запугивала народ коммунизмом, падали в благодатную почву, а отсутствие классового сознания и организации мешало разобраться в

нацистской демагогии. Большим успехом пользовалась в этой среде пропаганда реваншизма с ее традиционными националистическими настроениями, которая умело строилась на том, что Германия потеряла все в результате Версальского договора. Нацисты также использовали тяжелое положение рабочих, обвиняя в их бедах еврейское население и таким образом разжигая антисемитские настроения.

Так, стремясь продемонстрировать заботу своего правительства о народе, Гитлер создал нацистский благотворительный фонд «Национал-социалистическая народная благотворительность» (NSV). Директивы от имени фонда выдавало Главное управление народного благосостояния. К середине 1939 г. в составе этой благотворительной организации функционировали 40 хау (регионов) 813 округов, 26 138 организаций на местах, 97 161 ячеек и 511 689 блоков [22, с. 18].

С 1933 г. организация издавала ежемесячный журнал «Национал-социалистическая служба народа» (Nationalsozialistischer Volksdienst), а с 1936 г. – книжную серию «Вечная Германия» (Ewiges Deutschland).

Этот фонд открывал собственные детские сады, которые конкурировали с аналогичными детскими учреждениями при церкви. Члены партии приводили своих детей в новенькие детские сады, где им прививался культ фюрера.

С началом Второй мировой войны «Народная благотворительность» взяла на себя функции государства прежде всего в вопросах работы с детьми и молодежью.

Одно из самых известных направлений деятельности NSV – материнство и детство. Это подразделение занималось арийскими женщинами в течение всего срока беременности и после рождения ребенка. В сложных случаях матерям также предоставлялась финансовая поддержка. Далее с матерями и детьми продолжали работу в детских садах и центрах помощи матерям.

Фонд «Национал-социалистическая народная благотворительность» финансировался за счет пожертвований и взносов его членов. В конце 1938 г. на NSV бесплатно работало около миллиона человек [3, с. 227].

В подчинении фонда «Национал-социалистическая народная благотворительность» находились следующие подразделения учреждения: помощь матери и ребенку; работа с матерями при Германском союзе женщин; фонд Гитлера для содействия обучению; помощь хозяйству; станции коммунального обслуживания; помощь несовершеннолетним и др. [22, с. 118].

Кроме того, была развернута система благотворительности, создававшая иллюзию щедрой социальной политики нацистского государства. Такие меры режима, как кампания по сбору средств в фонд «Зимней помощи» безработным, проведение общенациональных «дней одного блюда» и организация массового досуга работников структурным подразделением Немецкого трудового фронта (ДАФ) – на первый взгляд незначительные мероприятия, имели большой пропагандистский успех. Российский исследователь нацизма А. Галкин, описывая тот огромный резонанс, который получила в немецком обществе деятельность фонда «Зимней помощи», отмечал: «Суммы, выделяемые на каждого опекаемого, были небольшие и составляли в среднем 27–30 марок. Однако пропагандистский эффект такого рода массовой помощи, которая торжественно предоставлялась, как правило, в виде праздничных подарков, был весьма велик» [6, с. 228].

Нацистская пропаганда, управляемая Геббельсом, изображала Гитлера канцлером нового типа, «последним оплотом против коммунистической опасности, последней надеждой крестьян и рабочих, защитником христианской религии», воплощением общенациональных интересов. Она формировала образ нового государства, который настойчиво внедрялся в жизнь общества в целом и в сознание каждого немецкого гражданина в частности.

Достаточно эффективным оказался метод «психологической обработки» населения, который применялся Национал-социалистической партией, он был направлен на создание в массовом сознании образа врага. Нагнетая страх перед коммунистической угрозой, разжигая антисемитские настроения, пропаганда устраняла много препятствий на пути становления нацистской диктатуры. Об эффективности психологической обработки свидетельствует и тот факт, что борьба гитлеровского руководства с коммунистической и социал-демократической партиями Германии воспринималась значительной частью общества, особенно средним классом и крестьянством, весьма положительно. Документальные подтверждения этому факту приводит английский исследователь Ян Кершоу. В своей работе он акцентирует внимание на том, что большое число крестьян объединились и создали «Крестьянский союз» («Крестьянский фронт»), который брал на себя обязательства производить сельскохозяйственную продукцию для Третьего рейха [31, с. 68].

Что же касается рабочих, то после ликвидации коммунистической и социал-демократической партий Германии большинство активистов рабочего движения и рабочих вынуждены были уйти в подполье.

На основе донесений и рапортов служб безопасности историк Ян Кершоу пришел к выводу, что большинство рабочих в Третьем рейхе сохранили враждебное отношение к нацистам [31, с. 84]. Такая ситуация несколько осложняла деятельность Национал-социалистической партии, направленную на формирование единого информационно-идеологического пространства.

После принятия «Закона о чрезвычайных полномочиях» была также запрещена деятельность профсоюзов (вместо них был создан Германский трудовой фронт), арестовано большинство профсоюзных активистов, закрыты газеты и журналы демократической ориентации.

К середине 1933–1939 гг. информационное пространство Германии полностью контролировалось гитлеровским руководством. Оппозиционная деятельность была практически ликвидирована. Левые силы были уничтожены с невероятной жестокостью и демонстрацией беспощадности нового режима ко всему обществу.

Если первичной целью движения национал-социалистов был захват власти, то после достижения этой цели все усилия были направлены на установление контроля над немецким обществом и сознанием отдельных граждан с помощью пропаганды и агитации. Причем практически никто не понимал истинных целей лидера Национал-социалистической партии Гитлера. Но важным фактором приверженности идеям фюрера были работа, статус и материальные блага, которые полностью зависели от степени преданности режиму.

Национал-социалистическую партию Гитлер считал инструментом, который необходимо использовать для воплощения в жизнь решений правительства в масштабах всей страны. Главной задачей членов партии была пропаганда идей фюрера. Пропаганда насильственно пронизывала общество. Распространенным стало принуждение и тотальный контроль. Глубоко вошло в традицию приветствие «Хайль Гитлер!», которое выражало поддержку фюрера и его режима. Пропаганда партии охватывала все сферы жизни рядового немца. На пропагандистском плакате 1936 г. в районе Мюнхена было написано: «Партия имеет свое мнение по любому вопросу: искусство, мир, равенство, религия, воскресные прогулки и, разумеется, евреи». В основе же всего этого лежало вездесущее восхваление фюрера, его «достижений», его будущих целей [11, с. 158].

Информационно-пропагандистская атака была направлена на два значимых аспекта политики гитлеровцев в Германии – борьбу с иностранными врагами и борьбу с евреями как в своей стране, так и за ее пределами. До введения в сентябре 1935 г. Нюрнбергских расовых

законов в течение периода, предшествовавшего внедрению законодательных мер по отношению к евреям, пропагандистская кампания создавала атмосферу терпимости к преступлениям против евреев.

Предметом нацистской пропаганды становилась также дискриминация этнических немцев в восточноевропейских странах, таких как Чехословакия и Польша, которые увеличили свои территории за счет Германии после Первой мировой войны. Такая пропаганда призывала к политической преданности и так называемому расовому самосознанию. Она вводила в заблуждение правительства европейских государств.

После нападения Германии на Советский Союз нацистская пропаганда одновременно усилила давление на гражданское население Рейха, солдат, офицеров полиции и военнослужащих иностранных армий стран – союзниц гитлеровской Германии. Темы пропаганды оставались неизменны – связь советского коммунизма с европейским еврейством, представление Германии как защитника западной культуры от еврейско-большевистской угрозы, изображение трагической картины того, что может случиться, если Советский Союз выиграет войну.

Важную роль в распространении расового антисемитизма играло кино. Евреи были определены нацистской идеологией как враги нации. Фильмы, созданные под наблюдением гитлеровских идеологов, показывали евреев «нечеловеческими» созданиями, проникшими в арийское общество. Например, фильм «Вечный жид», снятый 1940 г. Фрицем Хипплером, рисует евреев как странствующих культурных паразитов, которых интересует лишь секс и деньги. Некоторые фильмы, например «Триумф воли» (1935) режиссера Лени Рифеншталь, прославляли Гитлера и национал-социалистическое движение. Две другие работы Лени Рифеншталь, «Фестиваль нации» и «Фестиваль красоты», были посвящены Берлинским Олимпийским играм 1936 г. и пробуждали национальную гордость за достижения нацистского режима в ходе подготовки и проведения Олимпийских игр [16, с. 257].

Расовая идеология активно внедрялась в сознание не только населения, но и немецкой армии. В 1940 г., когда разрабатывался план «Барбаросса», закладывалась основная идеологическая концепция, согласно которой война против Советского Союза приобретала особый идеологический характер. Готовя немецких солдат к походу, командование прививало мысль о том, что они являются представителями высшей расы и именно поэтому должны быть воплощением всевоз-

можных добродетелей. Согласно этой же идеологии все другие народы были второстепенными в расовом отношении.

Гитлеровскую пропаганду эффективно использовали для призыва немецкого населения поддерживать захватнические войны гитлеровцев. Нацистская пропаганда была также необходима для оправдания массовых убийств европейских евреев и других жертв нацистского режима. Кроме того, пропаганда использовалась для обеспечения молчаливого согласия миллионов людей – сторонних наблюдателей – на преследования и убийства, которые осуществлялись для уничтожения целых рас.

После разработки и утверждения плана нападения гитлеровской Германии на Советский Союз в декабре 1940 г. пропагандистская машина Третьего рейха быстро активизировала свою деятельность. В установках Геббельса, которые он огласил сотрудникам своего министерства 5 июня 1941 г., говорилось, что в пропаганде, направленной на СССР, не должно было быть даже намек на возвращение к царизму; основным акцентом должен быть антисоциализм; основная цель – военное выступление против Сталина и его еврейских сторонников, а не против народа. В этом же выступлении он отмечал, что необходимо было активно и резко обвинять большевизм, разоблачать его неудачи во всех сферах, а при необходимости ориентироваться на ход событий [15, с. 240].

К 7 октября 1940 г. пропагандистские органы вермахта в основном завершили подготовку плана информационно-психологической войны против Советского Союза, получившего название «Главные направления работы главнокомандующего сухопутными войсками по идеологической обработке немецких сухопутных сил в период подготовки войны против СССР зимой 1941 г.». В документе звучал призыв обратить особое внимание на воспитание личного состава немецкой армии, отмечалось, что «невозможно отделять военную подготовку от национал-социалистического воспитания кадров» [8, с. 167–168]. Чтобы иметь боеспособную армию фанатично преданных бойцов, пропаганду направляли на сознание немецких солдат, убеждая их в расовом превосходстве, утверждали, что война – это средство завоевания мирового господства, призывали быть верными нацизму, ради чего прибегали к самым бесстыдным обманам масс, искажению фактов. Система воспитания солдат и офицеров осуществлялась с помощью различных средств и приемов, а именно: докладов, книг, журналов, фильмов, радиопередач и тщательно продуманной организации солдатского досуга. Военное руководство тиражировало докла-

ды, подготовленные нацистскими теоретиками, среди них: «Немецкий народ», «Германская империя», «Немецкое жизненное пространство», «Национал-социализм как основа жизни», «Германия до Версальского мира» [8, с. 168]. Главная цель этих докладов – сформировать в сознании солдата вермахта убеждение в его превосходстве над другими нациями. Солдаты должны были знать, что война неизбежна и необходима для того, чтобы обеспечить жизненное пространство для немцев.

Практически каждая дивизия или подразделение войск вермахта превратились в филиал штаба по пропаганде. Здесь готовили листовки, объявления на немецком языке и на языке той местности, где велись боевые действия. Были напечатаны миллионы листовок на русском, украинском, эстонском, литовском и других языках, которые должны были в лаконичной, доступной форме донести до населения распоряжения и приказы немецкого руководства.

Основные направления пропаганды и психологического воздействия определяло управление пропаганды вермахта, состоявшее из четырех групп и отделов. Группа руководства и контроля занималась в основном размещением работников отделов пропаганды, их обмундированием, личными делами, подготовкой различных проектов. Группа, отвечавшая за прессу, готовила к выпуску военные новости. Работники группы управления должны были разрабатывать персональные дела невоенного персонала отделов агитации и пропаганды, расположенных на оккупированных территориях, управлять средствами пропаганды вермахта, осуществлять служебный контроль за деятельностью войск пропаганды. Ведущими концернами нацистской Германии в управлении пропаганды вермахта была создана своя группа по вопросам военной экономики, задачей которой был учет захваченного сырья и участие военно-экономических кругов в общей пропагандистской работе [7, с. 169–170].

Заслуживает внимания структура управления пропаганды вермахта и функции каждого отдела. Первый отдел состоял из пяти групп, занимавшихся вопросами пропаганды среди бойцов и офицеров сухопутных, морских и воздушных сил. Эти группы курировали службу связи, отвечали за печать листовок и их доставку на фронт, использовали в идеологических диверсиях пропагандистскую технику, в случае военных действий вводили в бой отделы пропаганды, которые находились в запасе. Не менее важное значение придавалось второму отделу, который состоял из четырех групп и отражал интересы вермахта во всех направлениях пропагандистской деятельности на-

цистской Германии. Он сотрудничал с другими ведомствами, давая указания отделам пропаганды, занимавшимся подготовкой кадров пропаганды из числа офицеров и солдат запаса, готовил материалы для пропаганды среди своих войск и т.п. Значительная часть представителей отдела находились и на радиостанциях, сообщения которых должны были отражать интересы вермахта в ходе обработки общественного мнения страны и военных соединений. Часть офицеров отдела участвовала в подготовке учебных фильмов и плакатов, проводила мониторинг и наблюдала за тем, чтобы эта продукция изготавливалась в соответствии с требованиями вермахта. В отделе существовала специальная группа, которая занималась материалами, рассчитанными на дезинформацию населения оккупированных территорий. Вопросы, связанные с цензурой, входили в компетенцию третьего отдела, также состоявшего из четырех групп. Его работники координировали и контролировали выполнение цензурных указаний о деятельности сухопутных войск и войск СС, военно-морского флота, военно-воздушных сил, осуществляли цензуру кинофильмов и графического искусства. Деятельность четвертого отдела в основном была направлена на Запад. Он осуществлял пропаганду боевых действий и пропаганду, предназначенную для западных стран, готовил материалы для газет, выпускавшихся для военнопленных. На отдел возлагалось также ведение боевой и общей пропаганды в восточных областях: подготовка и распространение пропагандистских материалов среди населения, советских войск, военнопленных; сбор и оценка пропагандистских материалов политорганов Красной Армии [7, с. 171].

С началом конфликта с Советским Союзом в июле 1941 г. Главный отдел просвещения и пропаганды начал широкую агитацию против Коминтерна. Созданная по инициативе Министерства народного образования и пропаганды Рейха в Берлине международная организация «Антикоминтерн» активно производила иллюстрированный и неиллюстрированный антибольшевистский материал, который распространялся среди издательств стран Европы, уже находившихся под властью Рейха. Это были интервью с украинцами, литовцами, латышами, говорящими на немецком языке, которые могли донести подробную негативную информацию о Советском Союзе [17, л. 6].

В этот же период были подготовлены антибольшевистские иллюстрированные плакаты и брошюра «Почему борьба именно с Советским Союзом?», объемом в 134 страницы. 20 тыс. экземпляров этой брошюры, написанной на языках тех стран, для которых она

предназначалась, было распространено через членов Национал-социалистической рабочей партии [17, л. 6].

Кроме того, по радио постоянно передавали репортажи о большевиках, их ужасные деяния, о лживости советской системы, о борьбе, которую Германия ведет за Европу против СССР. Большинство этих репортажей были направлены на население Украины [17, л. 7–8].

Методы и технологии пропаганды Третьего рейха использовались в целях воздействия не только на своих граждан, но и на европейское сообщество. На одном из заседаний открытого народного собрания докладчик от поисково-разведывательной группы доказывал на основе конкретных примеров, что национал-социалистическая пропаганда очень хорошо воспринимается сообществом европейских стран. И чтобы привлечь его на свою сторону, необходимо создавать действительно яркие образцы материалов пропаганды, чтобы сбить с толку общественное мнение в Европе. Для этого необходимо, чтобы ложные сообщения перемежались правдивыми, потому что только тогда зарубежье им поверит. В качестве одного из ярких примеров он приводит тот факт, что нападение Гитлера на Советский Союз 22 июня 1941 г. стало полной неожиданностью именно потому, что национал-социалистическая пропаганда блестяще сработала. В результате при первом же стремительном натиске немецких войск стало понятно, что окопы Советской Армии не были подготовлены как оборонительные сооружения [19, л. 1].

Руководители государства мыслили только категориями агитационного идеологического искусства, считая задачу довести его эффективность до совершенства главной и едва ли не единственной. Гитлер и Геббельс уделяли значительное количество личного времени для руководства той или иной культурной акцией, наблюдая за ходом уже запущенных процессов культурной политики. Радиопропаганда, кинохроника, реклама, плакат во все годы нацизма работали с предельной нагрузкой и были направлены на военную, студенческую и школьную аудиторию.

В течение 1933–1945 гг. нацистский пропагандистский аппарат разработал и использовал на практике разнообразные формы и методы воздействия и на собственное население. Главной целью пропагандистских служб Третьего рейха было стремление получить поддержку немецких граждан для подготовки и ведения войны с Советским Союзом. Таким образом, изучение характера и результатов информационно-пропагандистского воздействия на сознание немецких граждан в условиях подготовки и ведения войны было одним из

основных направлений деятельности Министерства народного образования и политики.

Основной прием, использовавшийся в информационной политике нацистского правительства, – это игра на самых примитивных ощущениях человека. Таким нехитрым способом немецкие идеологи пытались вызвать симпатии к фашистам широких народных масс и не только Германии, но и многих других стран-союзниц. Нацисты следовали принципу, что цель оправдывает средства. Для этого существовали пропагандистские рычаги: кино, архитектура и пр. Наибольшее значение придавалось СМИ, особенно радио. С помощью пропаганды в массовом сознании немецкого народа насаждалась ненависть к так называемым неарийским нациям, восхвалялся Гитлер и немецкая военная мощь.

Подводя итоги, необходимо отметить, что в 1933 г. нацистская пропаганда способствовала успешной стабилизации режима, что позволило в последующие годы приступить к быстрой переориентации общественного сознания. Система нацистской пропаганды, таким образом, вместе с механизмом государственного террора стала одной из опор Третьего рейха. Это, в свою очередь, позволило его лидерам проводить все более и более радикальную внешнюю и внутреннюю политику, не опасаясь сопротивления со стороны немецкого народа.

Источники и литература

1. Армстронг Дж. Советские партизаны. Легенда и действительность. 1941–1944. – М.: Центрполиграф, 2007. – 496 с.
2. Аспекты теории и практики информационно-психологического воздействия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vrazvedka.ru/main/ytikal/lekt-02_02.shtml
3. Галкин А.А. Германский фашизм. – М., 1967. – 399 с.
4. Герцштейн Р.Э. Война, которую выиграл Гитлер / Р.Э. Герцштейн; Пер. с англ. – Смоленск: Русич, 1996. – 608 с.
5. Гитлер А. Моя борьба / А. Гитлер; Пер. с нем.; С коммент. ред. – М.: Витазь, 2000. – 590 с.
6. Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера: Документы и материалы. – М.: Эксмо; Яуза, 2004. – 416 с.
7. Гриднев В. Пропагандистская подготовка фашистской Германией войны против СССР / В. Гриднев // Вопр. истории. – 1981. – № 5. – С. 166–171.
8. Гриневич В. Суспільно-політичні настрої населення України в роки Другої світової війни: історіографічні нотатки / В. Гриневич // Проблеми історії

- України: факти, судження, пошуки. – Ін-т історії України НАН України, 2007. – № 16. – С. 405–434.
9. Давлетов О.Р. Гітлерюгенд: від «загону Адольфа Гітлера» до єдиної державної молодіжної організації «третього рейху» (1922–1939 рр.): нариси / О.Р. Давлетов. – Запоріжжя: Просвіта, 2007. – 196 с.
10. Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/>
11. Кершоу Я. Гитлер / Я. Кершоу. – Ростов н/Д.: Феникс, 1997. – 320 с.
12. Мюллер Н. Вермахт и оккупация (1941–1944) / Пер. с нем. А. Артемова, А. Долгорукова, И. Карабутенко, Ю. Чупрова, Г. Шевченко; Под ред. А. Юденкова. – М.: Воениздат, 1974. – 387 с.
13. Панарин И.Н. Информационная война, PR и мировая политика. – М.: Горячая линия – Телеком, 2006. – 352 с.; Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. – М.: Изд-во «Поколение», 2006. – 560 с.
14. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика / И.Н. Панарин. – М.: Изд-во «Поколение», 2006. – 560 с.
15. Ржешевская Е. Геббельс. Портрет на фоне дневника. – М.: АСТ-пресс, 2004. – 400 с.
16. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939–1945 / Э. Родс; Пер. Ю.К. Бардина. – М.: Эксмо, 2008. – 312 с.
17. Bundesarchiv Koblenz: F. R 55/1470. – 28 S.
18. Bundesarchiv Koblenz: F. R 55/606. – 98 S.
19. Bundesarchiv Berlin: F. R 55/21377. – 34 S.
20. Ферстер Г. Прусско-германский генеральный штаб 1640–1965. К его политической роли в истории / Пер. с нем. Г. Рудого. – М.: Мысль, 1966. – 572 с.
21. Фест И. Гитлер. Биография / И. Фест. – Пермь, 1993. – Т. II. – 480 с.
22. Энциклопедия третьего рейха. – М.: Локид-Миф, 1996. – 582 с.
23. Balfour M. Propaganda in War 1939–1945. Organisations, Policies and Publics in Britain and Germany. – London, Boston and Henley, 1979. – 520 p.
24. Hadamowsky E. Propaganda und nationale Macht. Die Organisation der oeffentlichen Meinung fuer die nationale Politik. – Oldenburg, 1933. – 128 s.
25. Koehl R.L. RKFDV: German resettlement and population policy 1939–1945. – Cambridge, 1957. – 352 p.
26. Longerich P. Nationalsozialistische Propaganda // Deutschland 1933–1945: neue Studien zum NS – Herrschaftssystem / Hrsg. von K.D. Bracher, M. Funke, H.-A. Jacobsen. – Duesseldorf, 1992. – 410 s.
27. Wipperman W. Der konsequente Wahn. Ideologie und Politik Adolf Hitlers. – Muenchen, 1989. – 620 s.; Энциклопедия Третьего рейха. – М.: Локид-Миф, 1996. – 582 с.
28. Historicus. Историк – общественно-политический журнал. – Режим доступа: <http://www.historicus.ru/propaganda/>

29. Deutsche Geschichte 1933–1945. Dokumente zur Innen- und Aussenpolitik / Hrsg. von W. Michalka. – Frankfurt am Main, 1993. – 265 s.
30. Soeseman B. Propaganda und Oeffentlichkeit in der «Volksgemeinschaft» // Nationalsozialismus und die deutsche Geschichte: Einfuehrung und Ueberblick / Hrsg. von B. Soeseman. Deutsche Verlags-Anstalt. – Stuttgart Muenchen, 2002. – 416 s.
31. Kerschaw I. Der Hitler-Mythos: Fuererkult und Volksmeinung / I. Kerschaw. – Muenchen, 1999. – 324 s.
32. Kershaw I. Popular Opinion and Political Dissent in the Third Reich / I. Kershaw. – Oxford, 1983. – 412 s.